

Arellano Sanchez, José Refugio; Santoyo Rodriguez, Margarita; Avendaño, Alejandro

Procesos de socialización del consumo de vino de mesa en México: Desafíos para la interdisciplina José Arellano Sánchez

VI Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales

7 al 9 de noviembre de 2018

Arellano Sanchez, J.; Santoyo Rodriguez, M.; Avendaño, A. (2018). Procesos de socialización del consumo de vino de mesa en México: Desafíos para la interdisciplina José Arellano Sánchez. VI Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales, 7 al 9 de noviembre de 2018, Cuenca, Ecuador. EN: [Actas]. Ensenada : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro Interdisciplinario de Metodología en Ciencias Sociales. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.12580/ev.12580.pdf

Información adicional en www.memoria.fahce.unlp.edu.ar



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Procesos de socialización del consumo de vino de mesa en México: Desafíos para la interdisciplina¹.

Dr. José Arellano Sánchez
josearel@unam.mx

Dra. Margarita Santoyo
mashj53@gmail.com

Lic. Alejandro Avendaño
sugus@comunidad.unam.mx
Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Resumen.

El presente trabajo desarrolla los últimos avances del proyecto “El paisaje vitivinícola y la transformación de uva en vino. Construcción del beber y los estilos culturales de vida en los procesos de socialización del consumo de vino de mesa en México”, llevado a cabo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, una investigación novedosa que trata de aproximarse a los procesos de transformación sociocultural derivados de la socialización del consumo de vino de mesa en el país.

Inicialmente, el trabajo se articuló desde una perspectiva socio antropológica, sin embargo, la complejidad de la problemática abordada, la falta de aproximaciones al tema desde el punto de vista de las ciencias sociales, las particularidades metodológicas surgidas de un tema poco explorado y las necesidades del trabajo científico de la actualidad orillaron a reconsiderar algunos aspectos en la estructura del proyecto para así satisfacer estos puntos de la mejor manera. Es precisamente la estructuración de la investigación, así como los primeros avances arrojados por ella, los elementos que a continuación se presentan como un ejercicio de creatividad metodológica de carácter interdisciplinario que ha podido guiar un estudio novedoso en múltiples sentidos. Como un objetivo secundario de este ejercicio de exposición, se busca el fortalecimiento y nutrición de los planteamientos constitutivos del trabajo en aras de constituirse como una experiencia más completa de investigación.

¹ Agradecemos el apoyo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, así como de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico, de la UNAM, quienes, a través del Proyecto PAPIIT IN302017 “El paisaje vitivinícola y la transformación de uva en vino. Construcción del beber y los estilos culturales de vida en los procesos de socialización del consumo de vino de mesa en México”, han hecho posible el presente trabajo. Igualmente se extiende el reconocimiento al equipo conformado por Beatriz Alexandra Jiménez Cuamatzi y Elizabeth Cruz Rodríguez, quienes apoyan al trabajo de este proyecto de investigación.

Como el primer y más importante antecedente inmediato cabe mencionar el despunte de la producción vitivinícola en los estados mexicanos de Baja California, Coahuila, Querétaro, Aguascalientes, Guanajuato y Zacatecas. Durante los últimos años en dichas entidades, el crecimiento de la producción industrial de esa bebida, así como su posicionamiento dentro del mercado vinícola internacional y su consolidación dentro del paladar de enólogos nacionales e internacionales, ha generado una nutrida dinámica social constituida por nuevas distinciones de clase y representaciones culturales que giran alrededor del consumo de esta bebida. Asimismo, este entramado de construcciones se ha fortalecido de tal manera que ya ha empezado a transformar materialmente a las comunidades productoras, convirtiéndolas en importantes polos de desarrollo turístico e industrial.

La investigación se articula alrededor de una serie de hipótesis de trabajo que exploran las relaciones multidimensionales adyacentes a la industria y cultura del vino en México. De esta manera, es posible considerar que la producción vitivinícola en general produce estructuras de significado que a su vez constituyen estructuras de identificación social y pertenencia socio espacial en todos los involucrados. Dicho proceso de construcción de identidades tiene su anclaje experiencial en el reconocimiento de aromas, sabores y texturas del vino mexicano, mismos que son articulados por un conjunto de valores e ideales que definen simbólica y discursivamente el carácter nacional de los elementos presentes en la producción vinícola, adicionados a las propiedades objetivas presentes en el vino mexicano y que se deriva de las condiciones específicas del territorio nacional. Aunque esta distinción de carácter nacionalista en la nueva producción vinícola virtualmente incluye a la totalidad de consumidores efectivos y potenciales, es importante destacar que no se ha desprendido de las estructuras simbólicas relacionadas con eventos de reconocimiento social, mismas que han marcado toda la historia de las bebidas alcohólicas y en particular del vino en la sociedad mexicana.

De la misma manera, es importante señalar que este desarrollo vitivinícola ha traído consigo un importante proceso de gentrificación en las regiones productoras, en tanto que éstas se identifican hacia el exterior como oportunidades de desarrollo regional multisectorial. Este potencial junto con la ejecución de proyectos impulsados por gobiernos y entidades privadas, han llevado a una transformación radical de las comunidades. La preocupación radica entonces en generar estrategias de desarrollo y fomento de la cultura del vino mexicano, de manera en que se pueda rescatar el patrimonio natural y tradicional de las áreas productoras, contribuyendo al crecimiento de la riqueza cultural del país en una lógica de integración y no de generación de élites.

Estas hipótesis de trabajo se construyeron de forma en que pudieran integrar todos los elementos de observación empírica disponibles. El trabajo analítico sobre estos elementos se centró en la descripción razonada y argumentada de los vínculos de sentido que los entrelazan, invisibles cuando se presentan en la realidad objetiva, pero visibles a través del trabajo analítico y especializado del quehacer científico. Como se puede vislumbrar en las líneas anteriores, la interacción de múltiples factores que entrañan dimensiones diferenciadas de la realidad requiere de la integración de una propuesta metodológica de carácter interdisciplinario que logre dar cuenta de las conexiones existentes entre los datos con los cuales se ha constituido la problemática de investigación.

De esta manera, para esta investigación en particular se optó por el uso de una herramienta de investigación enfocada en el almacenamiento, organización y gestión de información cuantitativa y cualitativa para la práctica científica. Ésta se estructura en una Guía de Investigación Cualitativa basada en mapas conceptuales, que permite la organización de los conceptos teóricos analíticos de la investigación para guiar la búsqueda, generación, clasificación, organización y articulación de la información que constituirá el trabajo final de investigación. Esta herramienta, además, ha permitido enlazar otras experiencias investigativas, construyendo una red de conocimiento cuyos miembros se nutren constantemente y de forma recíproca. Es a través del enfoque interdisciplinario de la metodología del trabajo que se pueden explorar alternativas de acción provechosas para la industria y vitivinícola mexicana, adicionales a la comprensión socio antropológica generada sobre el tema.

Mesa 7: Experiencias metodológicas comparativas, interdisciplinarias y transdisciplinarias.

El vino en México.

Los alimentos y bebidas con las que cuenta una sociedad específica para subsistir pueden ser considerados como un hecho cultural. Éstos se estructuran como parte de un entramado de significaciones con los que los individuos significan su estancia en el mundo real, por lo que bien son un reflejo de las estructuras que los han creado. El establecimiento de viñedos para la producción de vinos en cualquier parte del mundo no escapa de esta consideración, que se vuelve de mayor relevancia si consideramos el aumento de éstos en ciertas latitudes durante los últimos años. Así, la problemática que interesa a la investigación que se presenta en las próximas líneas nace de la reflexión sociológica que considera la interrelación básica entre el

“paisaje vitivinícola”, es decir, el conjunto de elementos socioculturales involucrados en la producción de uva y su transformación en vino, con la producción de esta bebida en México

El hecho cultural alimentario del vino se caracteriza particularmente por transformar conscientemente el paisaje agrícola de la tierra donde se siembra la vid, así como los lugares en los que tienen lugar las distintas fases de la transformación de esta fruta en vino y su simbolización colectiva. Este paisaje tiene una naturaleza multidimensional; los elementos medioambientales que interaccionan con los sembradíos se unen con una serie de elementos introducidos artificialmente para la conversión de la uva en vino y que se encuentran con el largo proceso de transformación de la naturaleza emprendido por el hombre desde su sedentarización, es decir, la agricultura. Dentro de esta batería de elementos es importante considerar a los sistemas de riego, la siembra de otras especies vegetales alrededor de la vid y otros de índole más tecnológica: la instalación de ventiladores, el conjunto de instalaciones especializadas en su procesamiento, las bodegas de reposo del vino, las áreas de venta cata y degustación, etc. Estructurados como un conjunto o sistema social y natural, estos elementos contienen en sí un potencial de (re)producción económica, política, social y cultural único para cada región vinícola en el país, es decir, un patrimonio cultural a partir del cual se puede reproducir la cultura del vino, el cual queda expresado en su dimensión material dentro del paisaje cultural vinícola.

La producción de vino, como de muchos otros alimentos y bebidas que conforman a la cultura alimenticia de los pueblos, se encuentra relacionada con la personalidad e identidad de sus productores y consumidores, de quienes extrae y proyecta diferentes características simbólicas que, en suma, les otorgan a las bebidas “personalidades” y características únicas, que les ayudan a expresar las narrativas que explican su existencia en el mundo. Es a partir de estos discursos que se puede identificar a los productores de vino como amantes de esta bebida, empeñados siempre en la búsqueda de caminos para crear vinos diferentes, que le permitan obtener un lugar único dentro de la gran variedad de empresas vinícolas que se están creando en México.

El vino se produce para los amantes del vino; sirve como forma y medio de socialización, para lo cual genera por sí mismo formas de consumo, degustación y maridaje con otros alimentos. El consumidor de vino, por su parte, está marcado con un sello de excentricidad, diferenciación y distinción; caracterizado también como un conocedor del buen beber (alcohol), así como de la vida en general. Sin embargo, aquel que gusta del vino es también

percibido por otros bebedores asiduos como un pedante, una persona que vive en una posición completamente fantasiosa.

En las últimas décadas, en México se ha presentado un crecimiento acelerado en la producción de vino. Este fenómeno se encuentra principalmente influenciado por el alza en el consumo de esta bebida por las clases medias del país, que disfrutan del turismo enológico y gastronómico desarrollado en las diferentes regiones que se han especializado en su producción, así como por la búsqueda de nuevas bebidas que les permitan afianzar sus posiciones privilegiadas dentro de la estructura social. De esta manera, la producción, el consumo y la existencia de necesidades culturales de distinción por parte de colectivos específicos han hecho de esta bebida un símbolo de características y expresiones singulares, representante de prácticas sofisticadas arraigadas en ciertos sectores de la población mexicana; en suma, un fenómeno de transformación sociocultural que se ha expandido más allá de la esfera cultural de significación de la vida cotidiana de los individuos relacionados con el origen de esta bebida, generando estructuras políticas y económicas cada vez más fuertes y complejas.

Actualmente, el patrimonio y paisaje vitivinícola de México se encuentra principalmente en las regiones norte y central del país. En estas regiones se destacan particularmente los estados de Baja California y Coahuila, así como Querétaro, Aguascalientes, Guanajuato y Zacatecas. La producción del vino en México, así como en América, inició con la Conquista, luego de la cual se inició un proceso migratorio de diferentes enólogos y viticultores que intentaron expandir la producción vinícola europea hacia el Nuevo Mundo. En México, el cultivo de la vid inició en diferentes puntos de los estados de Hidalgo, Puebla, Michoacán, Guanajuato, Querétaro y Oaxaca. Posteriormente fue llevado a los territorios que actualmente componen los estados de Nayarit, Jalisco, Durango, Chihuahua, Sinaloa, Coahuila y Baja California.

Sin embargo, la producción de vino novohispano pronto se vio limitado, en primer lugar, debido a las estrictas regulaciones comerciales que España impuso a sus colonias, tratando de proteger a los productores europeos, en segundo lugar, la producción vinícola mexicana se vio frenada por las turbulencias políticas y económicas que posteriormente dieron inicio al proceso de independencia, y que continuaron frenando a la industria durante el resto del siglo XIX.

Sin embargo, podemos ubicar en los años 30 del siglo XX un repunte en la vitivinicultura nacional (Arellano & Santoyo, 2015). Es en esta época cuando el entonces presidente

Abelardo L. Rodríguez compró las Bodegas de Santo Tomás para establecer en la ciudad de Ensenada una planta vinificadora. Años más tarde, en 1936, se establece la compañía Vinícola Regional, y un emigrado italiano de nombre Ángel Cetto, comenzó a elaborar vinos reconocidos por su calidad en el Valle de Guadalupe. De aquí en adelante, la industria del vino iniciaría una progresiva expansión, cuyo crecimiento más acelerado se ha registrado durante las primeras décadas del siglo XXI, retomando buena parte de las zonas que antiguamente ya se habían dedicado a la producción de esta bebida alcohólica.

Así, hoy en día, la industria vinícola mexicana se encuentra integrada por más de 90 bodegas y productores de uva para vino, así como un poco más de 350 etiquetas diferentes. El 90% de estos productores se encuentran en Baja California, mientras que el resto se reparte en los estados de Coahuila, Querétaro, Zacatecas, Guanajuato y Aguascalientes (Arellano & Santoyo, 2015). Los vinos del nuevo mundo, un grupo de productores que contempla a los vinicultores de América, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda, han logrado aumentar su calidad, conquistando los mercados internacionales y competir directamente con los vinos de fabricación europea. Asimismo, algunas de las zonas vinícolas en México han recreado dentro de la industria turística actividades alrededor de esta bebida: “wine trails” o “wine tours”, los cuales invitan a los viajeros a conocer los vinos producidos en estas zonas, así como otros productos alimentarios, artísticos y artesanales característicos. De estos elementos se deriva la importancia estratégica del desarrollo del sector, que bien puede continuar consolidándose como un polo de desarrollo local y regional con gran potencial.

Presupuestos básicos para el estudio del vino.

El interés de abordar el tema del vino desde las ciencias sociales se encuentra en las particulares condiciones en las que ha repuntado la extensión de la producción industrial de esta bebida en México, así como las transformaciones medioambientales y socioculturales que se han podido registrar a partir de este hecho. En este sentido, el proyecto está interesado en indagar las consecuencias socioculturales de la interacción entre los fenómenos antes mencionados; para ellos, éstos pueden identificarse a través de la generación de estilos culturales de vida en el consumo del vino, en otras palabras, una (re)estructuración cultural alrededor de esta bebida alcohólica, que tiene efectos visibles en la conformación de los grupos sociales relacionados con su producción y consumo. Sin embargo, aún queda por señalar el entramado teórico y metodológico que deriva de esta primera conceptualización, misma que se desarrollará en las siguientes líneas.

Para la señalización de estos estilos culturales de vida es importante tomar en cuenta los elementos que constituyen el patrimonio vinícola, es decir, aquellos de orden cultural y material que permiten la reproducción de las comunidades del vino. La identificación de estos elementos, además de tener un propósito explicativo-comprensivo, sirven además como punto de partida para reconocer el potencial económico y productivo del viñedo, así como su constitución como polo de desarrollo regional a través del fortalecimiento de la industria y la conformación de corredores enoturísticos que puedan, por su parte, vincularse con las demás entidades del sector turístico y alimentario ya existente en el país.

Dentro de este entramado se encuentran también los saberes involucrados en la transformación de la uva en vino, que en realidad son un conocimiento sistematizado de forma diferente al conocimiento científico, pues éste se produce y expresa dentro de procesos relacionados con la vida cotidiana, así como de las necesidades básicas de las personas. De esta manera, el conjunto de estos conocimientos, que por su constitución y evolución se ha logrado erigir más allá de la distinción epistémica positivista entre tradicionales y modernos, va determinando el resto de aquellos elementos socioculturales que en su conjunto determinan el estilo cultural del beber vino. Son, en otras palabras, las condiciones materiales y culturales de existencia de las comunidades las que han definido maneras específicas de resolver las necesidades básicas referentes a la alimentación, la socialización y la comunión con la dimensión extraterrenal.

El vino es una herramienta que ayuda a los individuos a socializar dentro y fuera de sus grupos de pertenencia, es decir, fortalece las nociones Nosotros-Otros, con las que el sujeto realiza diferenciaciones para lograr su supervivencia. La distinción de los individuos con aquellos con los que no constituye un grupo de pertenencia requiere necesariamente de un patrón de características diferenciador, que delimite estas distinciones. En la estructura de este patrón es posible distinguir dos niveles, el primero relacionado con las características materiales derivadas de la posición de los grupos dentro del esquema de producción de la sociedad (clase, ingreso, escolaridad, etc.), mientras que en un segundo nivel se encuentran los consumos culturales derivados del primero, es decir, el hábito estructurado como consumo acumulado, lo que se realiza y cómo se realiza, los alimentos y bebidas que se consumen, entre otras cosas. Por otra parte, existe un proceso de afiliación entre los individuos con aquellos con los que sí se conforma un grupo de pertenencia, el cual también requiere de un patrón de tipificación que ayude a la identificación entre los sujetos y sus pares. En dicho

patrón se puede encontrar, precisamente, todas las formas relacionadas con el consumo y la resolución de necesidades materiales básicas para la supervivencia.

Son estos los procesos de distinción intersubjetiva los que ayudan a conformar la dualidad Otros-Nosotros, y en los que se manifiestan, dentro del mismo tenor, ideas de aspiracionalidad, exclusividad y el refinamiento social. La configuración de un tipo y forma de consumo se encuentra permeada por las afinidades selectivas, previamente configuradas por las condiciones culturales que les preceden en formación, les son esenciales para dar forma a un perfil determinado de consumidor, el cual reproducirá las formas socialmente aceptadas de beber vino, modificando a su vez aquellos aspectos que no concuerden con esta suerte de “arquetipos culturales”.

Sin embargo, ¿qué tipo de relaciones sociales construyen los mexicanos al producir y consumir vino? Desde la perspectiva de esta investigación y de la representación de la cultura, se pretende explicar la amplitud de esta configuración social, así como sus procesos internos de coherencia, determinación y diferenciación respecto de su herencia europea inmediata, diferenciado de otras bebidas alcohólicas como el tequila, el pulque y la cerveza, las cuales cuentan con un bagaje cultural más amplio. Para ello, la investigación lanza una serie de hipótesis que exploran las relaciones entre todos los elementos que se encuentran alrededor de la producción y el consumo del vino, cuya comprensión ayuda a explicarlo y situarlo como fenómeno cultural emergente. Estas hipótesis se piensan alrededor de dos factores principales: el primero, la significación del vino y su lugar en los esquemas de interpretación de la vida cotidiana; el segundo, relacionado con los efectos materiales de la presencia y expansión de la industria vinícola en las diferentes regiones productoras del país.

De esta manera se busca comprobar si la producción cultural del paisaje vitivinícola mexicano, entendido como parte del proceso material de transformación de uva en vino y de los estilos culturales alrededor de esta bebida, construye símbolos de pertenencia comunes entre los productores y profesionales involucrados en el campo vitícola y vinícola. Estos símbolos de pertenencia estarían asociados con una serie de características físicas que genera cada vino en la experiencia sensorial del individuo al consumirlo y que, acompañadas de la narrativa del estilo cultural del beber, conducen a un reencuentro con escenas endémicas de cada región del país, constituyendo en una dimensión retórica, el sabor único del vino mexicano.

Como ya se ha mencionado, el repunte de la industria del vino en México ha traído una serie de importantes transformaciones de las regiones involucradas en este sector. Entre dichos cambios, uno de los más importantes se encuentra relacionado con ciertos procesos de gentrificación dentro de las mismas, vinculados por su parte con el desarrollo de complejos enoturísticos y que además han beneficiado a otros sectores muy cercanos, entre los que se encuentran productores agrícolas, ganaderos, artesanos, entre otros. Por otra parte, los recursos retóricos que constituyen la figura simbólica y cultural del vino lo han posicionado como parte de un repertorio material que los individuos utilizan en situaciones específicas, relacionadas, principalmente con la distinción y el reconocimiento social, así como en situaciones de socialización.

Herramientas metodológicas para el estudio del vino mexicano.

La complejidad de la realidad antes descrita requiere de capacidades interdisciplinarias que puedan ser ejecutadas desde la metodología de la investigación. Por ello, el trabajo contempla el empleo de herramientas que permitan la reconstrucción de datos a partir del contacto con la realidad, que además puedan aplicar construcciones teóricas capaces de concretarse en un trabajo de investigación aplicada. Este tipo de herramientas, de extracción socio-antropológica, dicho sea de paso, dotan a los investigadores de mayores competencias profesionales para analizar las problemáticas concretas de la realidad, presentada ante ellos como un todo desorganizado, caótico. Por ello, se ha optado por la estructuración metodológica a partir de dos elementos. El primero de ellos son los mapas conceptuales, que ejercen como herramienta para la organización de información; el segundo, las historias de vida como herramienta para la obtención de esta.

Las historias de vida de aquellos que participan como elementos fundamentales del proceso industrial de transformación de uva en vino, así como su todo, entendido como práctica cultural, permiten entender las interacciones de los elementos que se han mencionado anteriormente, conjugando conocimientos y saberes de orden general y específico, tanto tradicionales como modernos, así como la tecnología empleado y el resto de artefactos materiales que evidencian la acción del hombre sobre el paisaje vitivinícola.

La historia de vida permite articular la biografía de un individuo con un sentido específico y concreto dentro de un contexto sociocultural específico; a través de esta herramienta es posible destacar el relato de experiencias concretas mediante fuentes primarias, que al mismo tiempo se intercala con las características del contexto social, político, económico y cultural

que presenta la sociedad en el mismo lapso temporal en el cual se desarrolla una vida humana, en suma, un marco de información muy valioso. Esta herramienta es más que un testimonio biografiado, pues a través del relato de la vida de un individuo es posible articularlo como actor principal dentro del proceso de transformación social, además de otorgar bases para poder profundizar en el análisis de los datos surgidos del contexto estructural que le rodea y que tuvieron un impacto, específico o difuminado, en su vida.

Por otra parte, la investigación se apoya en un tercer instrumento metodológico que permita la inmersión analítica en esta problemática de carácter interdisciplinario, además de la construcción de los observables que dan sentido a la historia de vida. Dicho instrumento es la Guía de Investigación Cualitativa, que tiene por objetivo identificar y expresar a través de observables los elementos que requerimos analizar y fundamentar o explicar teóricamente; es también la estructura (Arellano & Santoyo, 2009) que permite el acercamiento y la reconstrucción de los aspectos más esenciales de los individuos entrevistados, otorgándole el sentido a la historia de vida. La guía cualitativa para historias de vida refiere, por un lado, los procesos metodológicos de investigación referentes a esta herramienta, es decir, las estructuras conceptuales sobre las cuales se erige el problema de investigación; del otro lado, incluye el proceso de reducción teórica a partir del cual los conceptos que nos han servido como unidades abstractas que articulan y exponen las problemáticas reales que nos interesan, se derivan multidimensionalmente en sus características abstracto-concretas, concreto-reales y reales.

Como recurso socio-etnográfico, la historia de vida debe diferenciarse del relato biográfico a través de su contenido. La biografía consiste en un recuento de los hechos más sobresalientes en la historia personal del individuo, con un estricto orden cronológico que va desde su nacimiento hasta su muerte; en contraposición, la historia de vida se inicia con el nacimiento del individuo y se desarrolla tomando como hilo rector los ejes bio-sociales que conforman la experiencia de vida del sujeto. A partir de estos elementos, la historia de vida incluye la contextualización de los aspectos regionales, locales y macroestructurales específicos del área donde se desarrolla la vida de la persona como elementos de delimitación de la problemática analizada.

En Sociología, la historia de vida puede plantearse como “la capacidad de pasar de las transformaciones más impersonales y remotas a las características más íntimas del yo humano, y de ver las relaciones entre ambas cosas” (Mills, 1997: 27). La realización de

historias de vida resulta fundamental, entonces, para entender las relaciones entre los sujetos y la sociedad en la que se relacionan. El elemento central de la historia de vida es la reconstrucción que hace el investigador de la realidad a partir de los aspectos culturales que dotan de sentido a las acciones del individuo en la vida cotidiana y dentro de un contexto socio-regional bien determinado, expresados a partir de las narrativas reproducidas socialmente. De igual manera se integra la comprensión de cómo el ser humano satisface sus necesidades básicas, el sentido que les imprime y el por qué las realiza de ésta y no de otra manera. En este momento específico dentro de la metodología de la historia de vida se lleva al individuo relator a constituirse como un (macro) actor social, especial de entre el conglomerado poblacional a través del reconocimiento del alcance sociocultural de sus acciones.

Asimismo, el uso de la historia de vida como herramienta de investigación requiere la construcción de conocimiento de los aspectos que intervienen en el fenómeno de interés, tanto en las coyunturas específicas como en su devenir histórico. Para la investigación, el contenido de estas categorías se estructura alrededor del consumo y producción del vino, así como los elementos que se reproducen a lo largo de la vida de los individuos y que estructuran sus acciones como parte de una identidad vinculada con la cultura del vino.

El sujeto social construido a partir de la historia de vida es a su vez una construcción típico ideal de los factores macro y micro que se internalizan y expresan dentro de las vivencias y narrativas que constituyen el relato de un punto específico del espacio-tiempo individual. La historia de vida se construye “a partir de una realidad cuyos contornos no están plenamente dados y en cuyo devenir el propio analista proyecta sus perspectivas y hace sus apuestas” (Sader, 19990: 80), esto último, se encuentra en relación con la capacidad de la actividad científica de formular proyecciones empíricamente fundamentadas y lógicamente estructuradas.

Así, el sujeto se conforma como un ser que enfrenta diferentes instancias diferenciables a través de las cuales se va constituyendo: “a) el momento de lo individual -de lo familiar, de lo cotidiano-, b) el momento de lo colectivo -de la identidad, del horizonte histórico compartido, [y] c) el momento de la fuerza” (Arellano & Santoyo, 1999), es decir, “del proyecto como capacidad de desplegar prácticas dotadas de poder” (Zemelman & Valencia, 1990: 14). A partir de la consideración de estos puntos, se vuelve más claro el análisis sociohistórico del proceso de producción de vid y vino en México, a través del cual un sujeto social se va

construyendo, constituyendo en un segundo plano diferentes etapas que se superponen, demarcando procesos de transformación sociocultural distinguidas por sus alcances y cualidades específicas.

Sólo la posibilidad de construcción del sujeto se da por el entendimiento de la concatenación de las múltiples características de los aspectos estructurales que se consideran, así como de los grupos que enfrentarán y desenvolverán sus contradicciones en un proceso que perfeccionarán la técnica de producción material y cultural del vino, así como de los sujetos que, a través de la introyección de estas estructuras culturales, permiten el flujo de este proceso y las expresan en relación con otros individuos mediante una perspectiva cultural propia.

El trabajo del sociólogo consiste, entre otras cosas, en traducir y explicar los procesos del mundo circundante. Como se ha intentado hacer ver en el presente, esto se vuelve posible sólo a partir de una aproximación científica, es decir, metódica, a la vida cotidiana y a las motivaciones que se encuentran detrás de formas de producción y consumo específicas, aspiraciones generadas a través de la simbolización de los productos que los seres humanos hemos podido crear para satisfacer nuestras necesidades básicas. El análisis cualitativo de los diferentes procesos involucrados en la cultura del vino nos permite conocer las características de productores y consumidores, sus relaciones en los procesos sociales, económicos y políticos de sus regiones, así como el grado de influencia cualitativa que tienen en el devenir histórico del conjunto. La unión de estos conocimientos, así como la comprensión cualitativa de la problemática planteada y la estructuración de la información, permite a la investigación social, en un segundo momento de acción, crear líneas de trabajo articuladas con los sujetos sociales para la generación de proyectos productivos que, anclados en los aspectos de la realidad que sólo son asequibles por el conocimiento científico, pueden dar resultados concretos; en otras palabras, lograr una investigación social aplicada y basada en la interdisciplina como respuesta a los problemas reales, responsable, comprometida y que va más allá de una discusión teórico conceptual que se antoja como inacabable.

Fuentes.

Arellano, J. (2005) Los esquemas metodológicos de la investigación social, México: SyG Editores.

Arellano, J. & Pinedo, A. (2012) La construcción de la identidad cultural a partir del cultivo del café en una comunidad de Puebla. V Congreso Nacional de Investigación Social. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Arellano, J. & Santoyo, M. (1999) Primeras Naciones Canadienses. Una revaloración cultural, Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, Vol. 6, No. 20.

----- (2009) Investigar con mapas conceptuales. Procesos metodológicos. España: Narcea.

----- (2010) Representación y creatividad. Generación de nuevos conocimientos en los procesos de investigación. IV Congreso Iberoamericano de Docencia Universitaria: “Docencia en la Universidad del Siglo XXI”. Perú: Universidad Católica del Perú.

----- (2014) La metodología para la realización de historias de vida. IV Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

----- (2015) La formación de competencias investigativas para el aprendizaje sociológico en una práctica de campo para elaborar historias de vida. X Symposium Internacional sobre Practicum y las Prácticas en las Empresas en la Formación Universitaria. España: Red de Practicum (REPPE).

Arellano, J., Santoyo, M. & Jiménez, A. (2015) Narración de una historia de vida en la producción de vino en México. Haciendo del vino una historia y conformando una comunidad. IV Congreso Internacional de Investigación Social. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Ausubel, D. (2002) Adquisición y retención del conocimiento. España: Paidós.

Berruecos, L. (1983) Aspectos antropológicos del alcoholismo. En Berruecos, L., Molina Piñero, V. & Sánchez Medal, L. (Edit.) El alcoholismo en México. México: Fundación de Investigaciones Sociales.

----- (1994) El punto de vista sociocultural sobre el alcoholismo. Addictus, Año 1, No. 1.

Bunzel, R. (1991) El rol del alcoholismo en dos culturas centroamericanas. En Menéndez, L. E., Antropología del alcoholismo en México. Los límites culturales de la economía política: 1930-1979. México: CIESAS/Ediciones De La Casa Chata.

Burr, V. (1996) Introducción al construccionismo social. España: Editorial Proa.

- Cerón, R. (2003) El vino mexicano. Raíz, sarmiento y frutos. México: Revimundo.
- Corcuera de Mancera, S. (1991) El fraile, el indio y el pulque. Evangelización y embriaguez en la Nueva España (1523-1548). México: Fondo de Cultura Económica.
- Gergen, K. (1996) Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social. España: Paidós.
- Heath, D. B. (1974) Perspectivas socioculturales del alcohol en América Latina. Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina, No. 20.
- Mill, C. W. (1997) La imaginación sociológica. México: Fondo de Cultura Económica.
- Novak, J. (1998) Conocimiento y aprendizaje. España: Alianza.
- Novak, J. & Godwin, D. (1988) Aprendiendo a aprender. España: Martínez Roca.
- Pozas, R. (1998) Juan Pérez Jolote. Biografía de un tzotzil. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sader, E. (1990) La emergencia de nuevos sujetos sociales, Acta Sociológica. Nuevos Sujetos Sociales, Vol. III, No. 2.
- Zemelman, H. & Valencia, G. (1990) Los nuevos sujetos sociales, una propuesta de análisis, Acta Sociológica. Nuevos Sujetos Sociales, Vol. III, No. 2.